

**HUBUNGAN ANTARA REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN
KEPERCAYAAN PADA KONSUMEN EKSPEDISI X**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mencapai Gelar Sarjana (S1)

Psikologi



Oleh:

RIZA RAHMAWATI

F100136017

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

**HUBUNGAN ANTARA REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN
KEPERCAYAAN PADA KONSUMEN EKSPEDISI X**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mencapai Gelar Sarjana (S1)
Psikologi

Oleh:

RIZA RAHMAWATI

F100136017

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

**HUBUNGAN ANTARA REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN
KEPERCAYAAN PADA KONSUMEN EKSPEDISI X**

Oleh:

Riza Rahmawati

F100136017

Telah disetujui untuk dipersembahkan
di depan Dewan Penguji.

Telah disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, starting with a stylized 'S' and ending with a long, sweeping horizontal stroke.

Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psi

Tanggal, 2 Oktober 2017

**HUBUNGAN ANTARA REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN
KEPERCAYAAN PADA KONSUMEN EKSPEDISI X**

Yang diajukan oleh:

Riza Rahmawati

F100136017

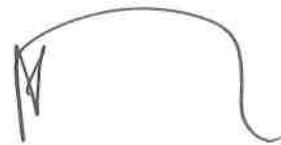
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 6 November 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

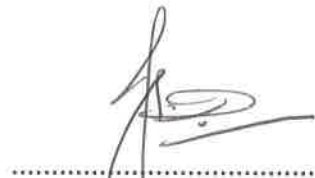
Penguji Utama

Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psi



Penguji Pendamping I

Dr. Eny Purwandari, M.Si



Penguji Pendamping II

Santi Sulandari, S.Psi, M.Ger



Surakarta, 6 November 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan



Dr. Moordingingsih, M.Si, Psi

NIK/NIDN. 0615127401



SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riza Rahmawati

NIM : F100136017

Fakultas/Jurusan : Psikologi

Judul : HUBUNGAN ANTARA REPUTASI PERUSAHAAN
DENGAN KEPERCAYAAN PADA KONSUMEN
EKSPEDISI X

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan skripsi dari jasa pembuatan skripsi. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi apabila melakukan plagiat dalam menyusun karya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan.

Surakarta, 2 Oktober 2017

Yang menyatakan,



Riza Rahmawati
F100136017

VISI, MISI DAN TUJUAN

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

VISI

Menjadi pusat pendidikan psikologi yang mendasar pada risalah islam dan budaya Indonesia di tingkat nasional dan Asia.

MISI

- a. Menyelenggarakan pendidikan psikologi ditingkat sarjana dan magister psikologi profesi.
- b. Mengembangkan penelitian psikologi yang mendasarkan pada risalah islam dan budaya Indonesia.
- c. Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat atas dasar tanggung jawab sosial.
- d. Menjalini kerjasama dengan lembaga pendidikan, lembaga penelitian, pemerintah, dunia usaha dan masyarakat.

TUJUAN

- a. Pengelolaan prodi sarjana dan magister profesi yang unggul.
- b. Menggiatkan pusat studi psikologi Islami dan Indigeneous (CIIP).
- c. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat secara langsung maupun melalui media.
- d. Merintis kerjasama dengan lembaga mitra dan universitas baik dari dalam maupun dari luar.
- e. Meningkatkan kerjasama dengan lembaga pemerintah dan swasta dalam negeri

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya."

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, ALLAH mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui **.(Al-Baqarah : 216)**

"Tiada makanan yang lebih baik daripada hasil usaha sendiri." **(HR Bukhari)**

"Jika sore tiba janganlah tunggu waktu pagi, jika pagi tiba janganlah tunggu waktu sore. Manfaatkan masa sehatmu sebelum tiba masa sakitmu dan manfaatkan masa hidupmu sebelum tiba masa ajalmu."
(Ummar Bin Khattab)

Tanpa sasaran dan rencana meraihnya, Anda seperti kapal yang berlayar tanpa tujuan." - **Fitzhugh Dodson**

Anda tidak harus hebat untuk memulai, tapi Anda harus memulai untuk menjadi orang hebat." - **Zig Ziglar**

PERSEMBAHAN

Sebuah karya kecil yang

kupersembahkan kepada:

- ❖ *Ayah dan ibuku*, yang sudah mengasuh dengan penuh cinta kasih, terimakasih untuk motivasi dan doa yang selalu kalian panjatkan.
- ❖ *Adik-adikku*, Annastasya dan Giesella yang menjadi semangat untukku agar menjadi contoh yang baik. Terimakasih untuk segala canda tawanya.
- ❖ *My sister*, Asri yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesahku selama mengerjakan skripsi.
- ❖ *Sahabat-sahabat terbaikku*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumwarohmatullohiwabarokatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dari fakultas Psikologi Universitas muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan kali ini penulis dengan segala hormat dan kerendahan hati mengucapkan terimakasih atas segala bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Ungkapan terimakasih penulis haturkan kepada:

1. Ibu Dr. Moordiningsih, M.Si, Psi selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Bapak Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psi selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan membimbing penulis dengan penuh kesabaran.
3. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Psikologi UMS atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani studi di Fakultas Psikologi UMS.
4. Seluruh Staf Karyawan Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu penulis dalam kelancaran proses penulisan skripsi ini.

5. Bapak BK selaku Kepala Cabang ekspedisi X yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan seluruh staf ekspedisi X yang bersedia membantu dalam proses penelitian.
6. Ayah, Ibu, dan adik-adikku tercinta yang selalu memotivasi sehingga selesainya skripsi ini.
7. Sahabat – sahabat penulis Atikah, Siti, Putriayu, Diana, Luthfia, Amanda, Beny, Ical, Dhanu, Nanang, Biondy, Azis, Basir, Yana, Ratna, Ikmalia, Dara, Kingkin, Anis, Defvi, terimakasih atas semua dukungan, perhatian, doa, dan hiburannya dikala penulis sedang mengalami hambatan dalam menyusun skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu menyelesaikan skripsi, semoga kebaikan dan keikhlasan akan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Akhir kata penulis menyadari karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu mohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasannya. Demikian ucapan terimakasih penulis, semoga karya ini dpat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Surakarta, 2 Oktober 2017

(Riza Rahmawati)

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
SAMPUL JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
VISI DAN MISI.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	11
C. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kepercayaan Konsumen	12
1. Kepercayaan.....	12
2. Aspek kepercayaan.....	13
3. Faktor kepercayaan	14
B. Reputasi Perusahaan.....	16
1. Pengertian.....	16
2. Aspek reputasi perusahaan.....	17
3. Faktor reputasi perusahaan.....	20

C. Hubungan antara reputasi perusahaan dengan kepercayaan konsumen....	21
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Identifikasi variabel.....	24
B. Definisi operasional	24
C. Subjek Penelitian Data	25
1. Populasi	25
2. Sampel.....	25
3. Teknik pengambilan sampel.....	26
D. Metode penelitian data	26
E. Validitas dan Reliabilitas.....	30
F. Analisis Data	31
BAB IV LAPORAN PENELITIAN	32
A. Persiapan penelitian	32
B. Pelaksanaan penelitian	37
1. Penentuan subjek penelitian.....	37
2. Pengumpulan Data	37
3. Pelaksanaan skoring.....	37
4. Perhitungan validitas.....	38
5. Perhitungan reliabilitas.....	40
C. Analisis data penelitan	40
1. Uji Hipotesis	40
2. Sumbangan efektif	41
3. Kategorisasi.....	41
D. Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah konsumen ekspedisi X	6
Tabel 2. Jumlah & jenis komplain konsumen ekspedisi X	7
Tabel 3. <i>Blueprint</i> skala kepercayaan.....	27
Tabel 4. <i>Blueprint</i> skala reputasi perusahaan	29
Tabel 5. Skala kepercayaan.....	35
Tabel 6. Skala reputasi perusahaan	36
Tabel 7. Validitas skala reputasi perusahaan	39
Tabel 8. Validitas skala kepercayaan.....	40
Tabel 9. Kategorisasi Skor Reputasi Perusahaan	42
Tabel 10. Kategorisasi Skor Kepercayaan	42
Tabel 11. Hasil Rangkuman Analisis	43

DAFTAR BAGAN

Dinamika Psikologis	23
---------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Skala Dan Blueprint Sebelum Uji Validitas Skala Reputasi Perusahaan	55
Lampiran B Skala Dan Blueprint Sebelum Uji Validitas Skala Kepercayaan	59
Lampiran C Hasil Uji Validitas Skala Reputasi Perusahaan Dan Skala Kepercayaan.....	63
Lampiran D Hasil Uji Reliabilitas Skala Reputasi Perusahaan Dan Skala Kepercayaan.....	66
Lampiran E Hasil Analisis Kendall.....	71
Lampiran F Kurva Kategorisasi Skala Reputasi Perusahaan Dan Skala Kepercayaan.....	
Lampiran G Skala Reputasi Perusahaan Dan Skala Kepercayaan	75
Lampiran H Surat Keterangan Penelitian Dan Surat Analisis Data	80

HUBUNGAN ANTARA REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN KEPERCAYAAN PADA KONSUMEN EKSPEDISI X

Riza Rahmawati

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

rizza.rachma61@gmail.com

ABSTRAK

Kepercayaan merupakan sebuah kunci untuk mengembangkan keinginan konsumen pada sebuah produk atau jasa dalam jangka panjang antara konsumen dengan perusahaan. Perusahaan ekspedisi X yang fokus pada pengiriman barang tidak bisa terhindar dari komplain para konsumen, namun reputasi perusahaan yang baik akan menarik kepercayaan konsumen kembali untuk tetap menggunakan layanan dalam perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara reputasi perusahaan dengan kepercayaan pada konsumen ekspedisi X. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada hubungan positif antara reputasi perusahaan dengan kepercayaan pada konsumen ekspedisi X. Subjek penelitian ini adalah 152 konsumen ekspedisi X yang menggunakan jasa ekspedisi X Solo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling. Metode pengumpulan data menggunakan skala reputasi perusahaan dan skala kepercayaan. Berdasarkan analisis product moment diperoleh nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,676$ dan signifikansi $(p) = 0,000$; $(p < 0,01)$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara reputasi perusahaan dengan kepercayaan. Sumbangan efektif reputasi perusahaan terhadap kepercayaan sebesar 0,456 yang berarti 45,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang mempengaruhi kepercayaan selain variabel reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan pada subjek penelitian tergolong tinggi yang ditunjukkan dengan rerata empirik (RE) sebesar 51,11 sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 42,5. Kepercayaan pada subjek penelitian tergolong tinggi yang ditunjukkan dengan rerata empirik (RE) sebesar 65,28 sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 57,5.

Kata Kunci : *Reputasi perusahaan, Kepercayaan, Konsumen*

ABSTRACT

The goal of this research knows the correlation between company's reputation and the consumer's credibility. The research's subject is 152 expedition X consumer in using Solo expedition X product. Hypothesis in this research that there is positive relation between company's reputation with credibility at expedition X consumer's. Technique of taking sample used accidental sampling. Method of collecting data used the company's reputation and credibility's scale. Technique of analyzing data used the product moment correlation. Based on analyzing of the product moment will get the coefficient's value $r_{xy} = 0,676$ and signifying (P) = 0,000; (P<0,01). It shows that there are positive's correlation between the company's reputation and credibility. Effectiveness's contribution between the company's reputation and credibility in the amount of 0,456, it means 4,56% influenced by another variable in influencing credibility. The research's subject of the company's reputation is high. The research's subject of credibility is high.

Keyword: Company's reputation, Credibility, Consumer